



الاعلام والتوازن الاجتماعي

الدكتور : زكي الجابر

الرياض

م 1986 - هـ 1406

الفصل الأول

الاعلام والتوازن الاجتماعي *

أولاً : تمهيد :

تستهدف هذه الورقة تقديم بعض الاجتهادات في مجال الاعلام ودوره في تناسق التوازن الاجتماعي بالتعرف على مسارات الاتصال وتقديم عدد من الآراء في أسباب فشل الحملات الاعلامية وصولا الى تحقيق النجاح الاعلامي في معركة الوجود التي تخوضها الأمة حفاظا على قيمها وتراثها وتحقيقا لطموحها في الحياة الآمنة الكريمة.

ثانياً : نظريات في التوازن الاجتماعي :

في الدراسة التي عدها فرانك هاراري FRANK HARARY لدراسة الموقف في الشرق الأوسط عام ١٩٥٦م تعديل لنظرية هيدر HEIDER المعروفة بنظرية التوازن وصولا الى تصور حول كيفية مشاركة الدول من خارج المنطقة وداخلها في خلق حالة التوازن^(١) وعلى أساس هذا التطبيق، من الممكن توظيف هذه النظرية المعدلة ضمن اطار الاجتهد الذي يذهب الى أن وظيفة الصراع في خلق التكامل تتمثل في توازن القوى ضمن منطقة الشرق الأوسط^(٢). هذا التوازن يمكن تمثله في علاقات الايجاب بين الأقطار العربية والعلاقات السلبية بين العرب وخصومهم.

ان نظرية هيدر التي تم تطبيقها في المختبرات السيكولوجية هي ضرب من التنظير في حقل الاتساق الادراكي المبني على افتراضات نفسية اجتماعية حول السلوك المتبادل بين الاشخاص. تذهب النظرية الى القول بأن علاقات المودة بين شخصين (أ و ب)

* اعداد : د. زكي الجابر - مدير ادارة الاعلام - المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم - تونس.

- 1 - Frank Harary, «Structural Analysis of the Situation in the Middle East in 1956, » J. of Communication, (June, 1976) PP. 167 - 178.
- 2 - Louis Cantori and Steven Spiegel, «The Analysis of Regional International Politics: the Integration Versus the Empirical System Approach,» International Organization, 7(Autumn 1973),

يمكن أن تؤثر عليها علاقات أي منها بكيان ثالث هو (ج) وتم تقييم (ج) بأنه (سيء) فالعلاقة بين أ، ب، ج في حالة عدم التوازن، وهنا يحدث ضغط لجلب الحالة إلى التوازن، وهذا الضغط قد يغير العلاقات بين (ب وج) أو (أ، ج) أو (ب وأ)، وبالأساس، فإن العلاقة بين العناصر الثلاثة تعتمد على العلاقات بين الكيانات الثلاثة في حالة توازن حينما تكون العلاقات الثلاث موجبة أو اثنان منها سالبين وواحدة موجبة.^(١) وقد عرض كارتراييت وهراري CARTWROGJT & HARARY.... بناء نموذج نظري من خطوط بيانية يمكن تطبيقه على عدد غير محدد من الكيانات. ففي الوقت الذي اتجهت فيه نظرية هيدر إلى البناء الادراكي للفرد، فإنه من الممكن توظيف نظرية الخط البياني لوصف تجمعات من مختلف الأنماط مثل شبكات الاتصال والدول ومنظومات القوة. وترى النظرية أن حالة التوازن تتوفّر إذا أمكن تقسيم البناء إلى مجموعتين، بعلاقات سلبية بين عناصر المجموعتين وعلاقات موجبة بين عناصر ذات المجموعة. وإذا لم يتوفّر هذا البناء، فإن عناصر آية مجموعة تعاني التوتر، وحينما تكون العلاقات بين عناصر آية مجموعة إيجابية، فإن أي عنصر ضمنها يميل إلى اظهار سلوك تكاملـي مع المجموعة.^(٢)

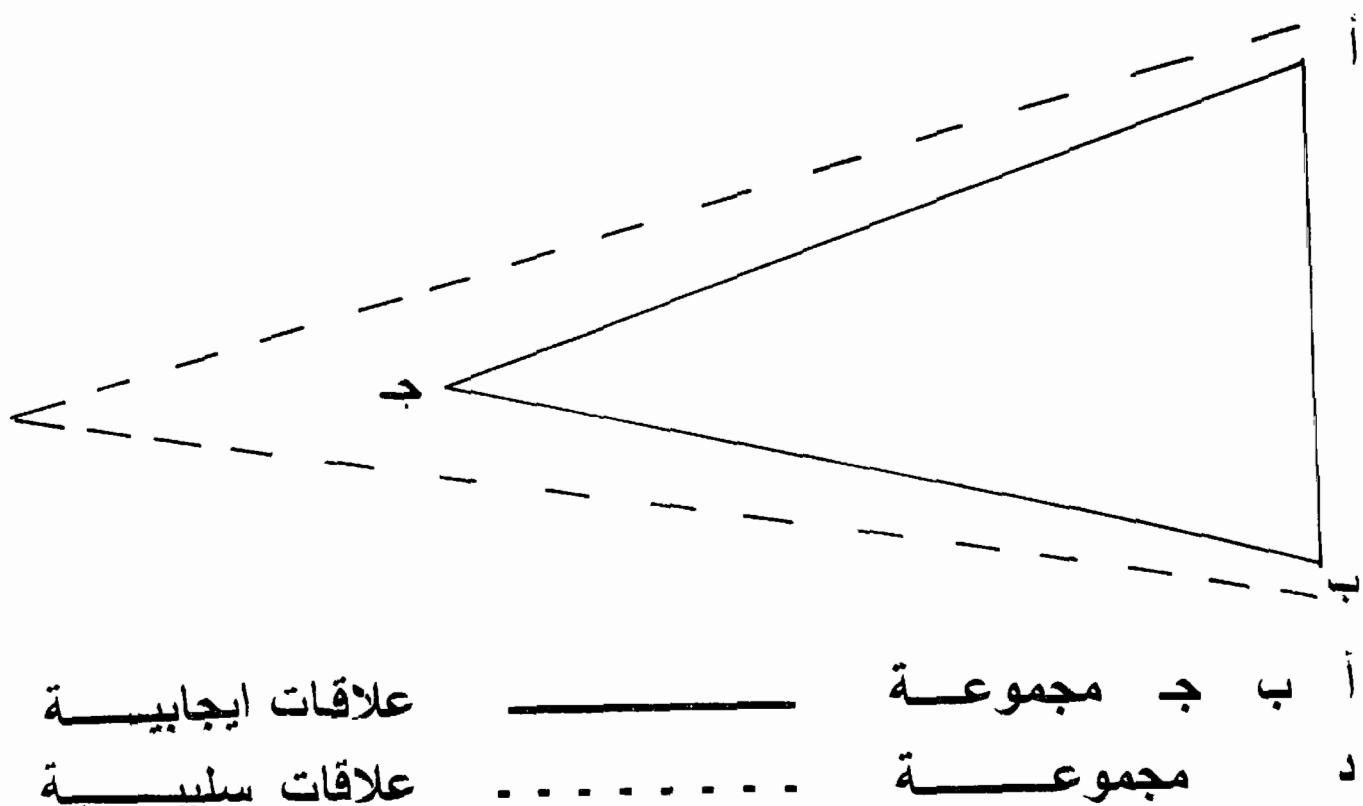
وفي ضوء هذه النظرية فإنه من الممكن مثلاً رؤية خط بياني يرمز إلى النسق في الشرق الأوسط، ينقسم الخط إلى مجموعتين بينهما خطوط سالبة : العدو - الاعلام المضاد والأقطار العربية، ويفترض أن ثمة علاقات موجبة بين الأقطار العربية نشأت وتطورت

١ Fritz Heider «Attitude and Cognitive Organization,» J of Psychology, 21, (January 1946), PP. 107 - 12.

ذلك: «M. Newcomb, «An Approach to the Study of Communication acts.» Psychological Review, 60 (Nov 1953) PP. 393 - 404.

٢ Frank Harary, «Structural Analysis of the Situation in the Middle East» Robert K. Leik and Barbara F Meeker, Mathematical Sociology (New Jersey: Prentice-Hall, 1975), P. 60. كذلك:

عبر التاريخ وأن هذه العلاقات متغيرة مع تفاوت كمية الصراع بين هذه الأقطار والعدو واللوان اعلامه المضاد.



ترجم الجذور الاجتماعية لتصور مساهمة العلاقات السلبية مثل التهديد والضغط من (الخارجين) على صمّ الناس سوية الى ما أورده دركهايم ... DURKHEIM في مؤلفه الكلاسيكي الانتحار INTEGRATION SUICIDE قد استعمل للاشارة الى الدرجة التي تتكامل وتتجه فيها ذات الفرد مع المجموعة بدلاً من التوجه الى ذاته فقط. وقد أرجع دركهايم تقلص نسب الانتحار في الأحداث الكبيرة مثل الثورات السياسية والحروب الى ازدياد التكامل بين الأفراد في هذه الأوقات^(١)، وفي هذا الاطار، ذهب كل من سيميل SIMMEL (١٩٥٥)، وكوسير ... COSER ... (١٩٥٦) الى اعتبار صراع المجموعة مع الآخرين عاملًا موحدًا يساهم في تأكيد هوية المجموعة.^(٢)

١ - Georges Simmel, Conflict :Trans. Kurt W. Wiff (Illinois the Free Press, 1975), and Lewis A. Coser, the Function of Social Conflict, (Illinois; the Free Press, 1964).

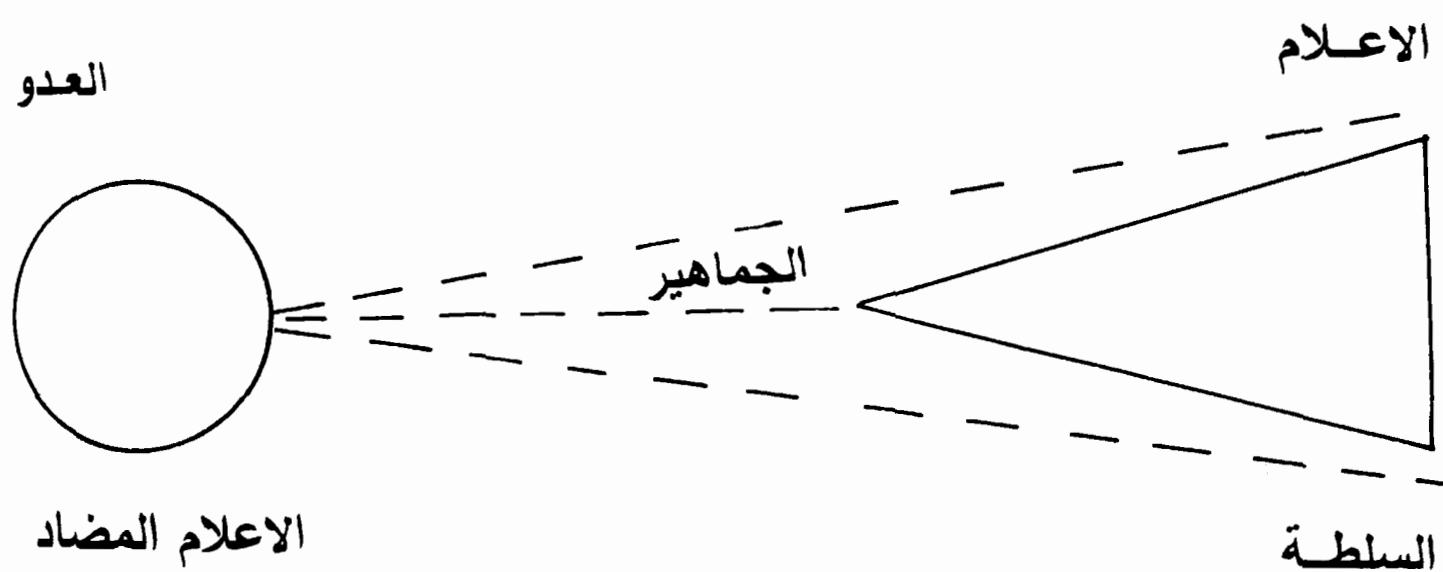
انظر أيضًا: Karl Deutsch, Nationalism and Its Alternatives, (New York: Alfred A. Knopf, 1969), P.3

٢ B. Bercelson and Gary A. Steiner Human Behavior Harcourt Brace and World. N.Y 1961, P. 56.

وفي حقل الدراسات النفسية الاجتماعية ذهبت العديد من الدراسات الى القول بأن الضغط المتزايد يجعل عناصر المجموعة تميل الى اظهار مواقف تكاملية، وأن هذه الخلاصة لتفق مع نظرة الفرد الاعتيادي الى أن الكوارث تؤدي الى صعف التناحر والانقسام بين المجموعات الرياضية، والأسر، والمدن، والأمم.

ثالثاً : التطبيق :

إن تطبيقاً لهذا الإطار النظري يدفع إلى تصور لموقف الإعلام في الأزمات وارتباطه مع السلطة وقوتها الأمنية والجماهير في نسق متلاحم ديناميكي لمواجهة التحدي الذي يفرضه العدو والقوى الخارجية الطامعة.



على أن وضع عملية التلاحم هذه يقودنا إلى وضع تصور إلى ما يمكن أن يستمره العدو من أجل الوصول إلى خلق حالة الالتوازن داخل المجموعة أي عن طريق تهشيم أحد خطوط العلاقات الإيجابية داخل المجموعة، وعلى صعيد الساحة العربية يمكن تصور المنافذ الآتية:

- ١ - الثنائية المتمثلة في مسألة الفصل بين الفكر - القول والواقع - أسلوب الحياة، وقد تجسدت هذه الثنائية من باب التمثيل في احتقار العمل اليدوي واحترامه، واستصغار دور المرأة وأكباره.

٢ - تعزيز صورة المجتمع الموازي المتنافر : ثقافات مختلفة متعارضة وحضارات تهيمن عليها بشكل غير مشروع حضارة عربية إسلامية هي في حد ذاتها مقتبسة عن حضارات أكثر تطوراً وعراقة !!

٣ - تبني المشروع الغربي للتنمية المتمثل في أن التخلف هو طبع الإنسان في البلد النامي، وأنه أي التخلف ليس حصيلة استغلال القوى الخارجية، ويتمثل المشروع الغربي كذلك في تكثيف رأس المال الأجنبي عن طريق القروض والمساعدات الخارجية الميسنة واستيراد التكنولوجيا بكل قيمها السلعية الاستهلاكية.

٤ - اقامة مجتمع الاستهلاك المعتمد على ما تصدره الدول المصنعة من مواد وبضائع وكماлиات، والترويج لاستهلاك مبتعد عن الترشيد بما تبثه أجهزة الاعلام عن طريق الاعلان المباشر أو غير المباشر المتجسد في تقليد الحياة الغربية.

ويبدو أن المسارات التي يسلكها الاعلام المضاد بكل أشكاله تأخذ أنماطاً متعددة ضمن شبكة تتكون من ستة عشر خطأ من خطوط الاتصال تمتد بين أربعة أركان هي :-

- ١ - الحكومة
- ٢ - المؤسسات غير الحكومية.
- ٣ - الفرد.
- ٤ - الثقافة.

وكمثال على ذلك فهناك خط اتصال يمتد من الحكومة يأخذ الشكل الآتي :

- أ - بين حكومة . أ . وحكومة . ب .
- ب - بين حكومة . أ . ومؤسسة غير حكومية في . ب .
- ج - بين حكومة . أ . وفرد في . ب .
- د - بين حكومة . أ . وثقافة . ب .

وكمثال ثان :

- ١ - بين فرد في . أ . وحكومة . ب .
- ٢ - بين فرد في . أ . ومؤسسة غير حكومية في . ب .
- ٣ - بين فرد في . أ . وفرد في . ب .
- ٤ - بين فرد في . أ . وثقافة . ب .

وكمثال ثالث :

- ١ - بين مؤسسة غير حكومية في . أ . وحكومة . ب .
- ٢ - بين مؤسسة غير حكومية في . أ . ومؤسسة غير حكومية في . ب .
- ٣ - بين مؤسسة غير حكومية في . أ . وفرد في . ب .
- ٤ - بين مؤسسة غير حكومية في . أ . وثقافة . ب .

وفي الأقطار النامية التي تفتح أبوابها للعالم مستقبلة رياح الاعلام الخارجي الذي يأتي من الدول المصنعة في وقت تكون فيه أجهزة الثقافة والاعلام الوطنية لا تملك الانتاج الوفير خبرا وثقافة وتسلية يظل امرا ممكنا الى أن تتحقق بشكل أو باخر معظم أنماط الاتصالات التي سلف ذكرها وعليه فان الحفاظ على استمرارية العمل من أجل المجتمع المتوازن المتميز بالحيوية والفاعلية ليس بالأمر السهل، كما أن تعبئة المواطنين وتوعيتهم لتحقيق طموحاتهم في الحياة الكريمة يحتاج الى مزيد من الجهد في التنظيم أولا، والاعلام ثانيا.

وإذا ما ابتعدنا عن تركيز الجهد في مجال الاقناع بسبب من الانصراف عنه عمليا ونظريا في هذه الأيام على الأقل، وأكدنا على أن مهمة الاعلام تتركز في بناء مفكرة المواطن أو (أجننته) عن طريق ابراز بعض الموضوعات وحذف البعض الآخر فان التساؤل الذي يتتردد هو لماذا فشلت هذه الحملة أو تلك مع أنها تحمل الوفير من المعلومات، وقد بذل لاعدادها والانفاق عليها غير القليل من الجهد والمالي ؟

أسباب فشل الحملات الاعلامية :

في محاولة للإجابة عن هذا التساؤل اجتهد هربرت هايمز وبول سيشلي من الباحثين في السياسة والمجتمع وذهبا إلى القول بأن فشل حملات المعلومات يرجع إلى عوائق سيكولوجية أكثر منه إلى عوائق مادية.

فمن أجل زيادة معرفة الجمهور بموضوع ليس مما فقط تقديم المعلومات بل أيضاً تعرض الجمهور لها واستيعابها. ومن أجل تحقيق جانبي التعرض والاستيعاب ينبغي أن تكون الخصائص والسيكولوجية للفرد موضع الاعتبار، أن توافر عدد من الناس الذين لا يعلمون إلا القليل بالرغم من كثرة المعلومات المعروضة يحتم التعرف على أسباب ضعف الرغبة لدى هؤلاء، وبما يؤدي إلى معرفة السبل الكفيلة بالتوصل إليهم ومن هذه الأسباب :

- ١ - ان الناس عموماً يبحثون عن معلومات تنسجم وموافقهم المسألة.
- ٢ - ان الناس يختلفون في تفسير المعلومات غير المختلفة.
- ٣ - ان المعلومات لا تؤدي بالضرورة إلى تغيير المواقف.

وقد أورد (دورين كارترات) مجموعة من الشروط لتكيف البنية الفكرية للأفراد عن طريق توظيف وسائل الاتصال الجماهيرية لتحقيق الغرض المنشود، ومن الممكن تلخيص هذه الشروط فيما يأتي :

- ١ - ان الرسالة (معلومات وأخبار ..) يجب أن تصل إلى الأعضاء الحسية للأشخاص المستهدفين.
- ٢ - يختار مجمل الموقف من المثير أو يرفض على أساس من الانطباعات حول الخصائص العامة لذلك الموقف (تسالية، أخبار، إعلانات ..).

- ٣ - لتحديد مجمل الموقف، يوظف الشخص معايير تجذب الى ابعاده عن التغيير غير المرغوب (غير المتفق مع بنائه الفكرية).
- ٤ - حينما يتسلم الشخص الرسالة فإنه يرفضها أو يقبلها استنادا الى معايير أكثر اتساعا من المعايير التي تظهر بها تلك الرسالة.
- ٥ - حينما لا تتفق الرسالة مع البنية الفكرية السائدة عند الشخص فانها : (أ) ترفض (ب) تحريف من أجل قبولها (ج) تحدث تغييرا في البنية الفكرية.
- ٦ - من أجل اتخاذ قرار عن طريق الاقناع بوسائل الاتصال الجماهيرية فان الشخص يرى في العمل طريقا لتحقيق هدف معين لديه.
- ٧ - ان الشخص لا يرى في العمل طريقا لتحقيق هدف معين لديه الا اذا انسجم مع بنائه الفكرية الشاملة.
- ٨ - اذا لم يكن العمل مؤديا الى هدف مرغوب او مؤديا الى هدف غير مرغوب فيه فليس ثمة امل كبير بتنفيذه.
- ٩ - كلما ازداد عدد الأهداف التي يمكن نيلها عن طريق واحد فثمة احتمالات أكثر لاتباع الشخص هذا الطريق.
- ١٠ - قد لا ينفذ العمل المؤدي الى هدف مرغوب اذا كان ثمة ما يشير الى صعوبة الوصول او لغلاء السعر او توفر عمل مرغوب فيه يؤدي الى الهدف ذاته.
- ١١ - لدى التحرك الى عمل معين، ينبغي ان يكون النسق الادراكي والعاطفي للفرد منسجما مع سلوك الشخص في نقطة معينة من الزمن.
- ١٢ - كلما كان طريق العمل للهدف محدودا زاد الاحتمال بتمكين البنية الادراكية والعاطفية من التوجّه نحوه.
- ١٣ - قد تتمكن البنية الفكرية من توجيه السلوك في الوقت الذي يكون فيه الشخص بين موقفين : خذ او لا تأخذ.

وقد تكون ثمة محاولات أخرى للإجابة على التساؤل الذي طرحته هذه المقالة عند الاستهلال، ولكن قد يكون في كل ما سلف ضرب من الإجابة لمن يلح في التساؤل ويطلب الجواب العاجل .. وتبقى نظرية بناء مفكرة المواطن أو (أجننته) قائمة، فالاعلام قد لا ينجح في تحقيق (بماذا يفكر المواطن) بل (فيما يفكر حوله على الأقل).

ومن هنا يبدو أمراً مهماً أن نضع في مركز الاهتمامات ما يأتي:-

كيفية خلق رأي عام مستثير :

أولاً: تحديد مدى تعرض المواطنين، ومدى أكثر اثتمهم بالدعایة القادمة من الداخل أو الخارج.

ثانياً: معرفة الوزن النوعي لأجهزة الاعلام الوطنية في تقديم الأخبار المحلية والعالمية للمواطنين.

ثالثاً: تحديد جملة العوامل النفسية الاجتماعية المؤثرة على (جماهيرية) برامج الاعلام الوطني^(١).

والتعامل الذكي مع أجهزة الاعلام أمر تفرضه حساسية الرأي العام خلال الأحداث الهامة التي قد تؤدي أحياناً إلى تحويله من طرف إلى آخر :

- فالرأي العام يتقرر ويأخذ شكله بقوة الأحداث أكثر من قوة القول.

- والتعليم والتثقيف من العوامل المساعدة على تكوين الرأي العام الصلب، وإن مشاركة الجماهير في صنع القرارات عامل فعال في الدفاع عنها وتنميها^(٢).

1 - Karl Deutsch, **Nationalism and Its Alternatives**, (New York: Alfred A. Knopf, 1969) P 3.

2 - B. Berelson and Gary A. Steiner ... **Human Behavior**. Harcourt Brace and World. N.Y 1961, P 56.

الاعلام الناجح :

ولكي تكون وسائل الاتصال الجماهيرية، جماهيرية حقاً لا بد أن تجد الجماهير فيها، وضمن اطار العمل الجماعي صغر حجمه أم كبر، منطلاقاً الى الهدف الذي ينبغي :-

- ١ - أن يكون في مركز البؤرة من الرؤية صافياً واضحاً، وطالما مررنا بأشياء ولكننا في ساعة ما من الاختبار والتذكرة نجد أنفسنا غير محظيين واقعاً بتلك الأشياء. إن الهدف بحد ذاته يشكل دليلاً عمل يحتم عليه في تحديد الخطوات والمراجعة وتقويم المسار.
- ٢ - ألا يكون ثمة تناقض أو تصور لتناقض بين الهدف وما تطمح إليه الجماهير فالحرية مثلاً، إنما تقوم لمصلحة الجماهير وكرامتها وحريتها وخيرها، ومثل ذلك يمكن أن يقال عما يتصل بالحرية من أهداف.
- ٣ - ألا يكون هناك تناقض بين الوسائل الموظفة لتحقيق هذا الهدف، وإن التنسيق بين الوسائل من صحافة وإذاعة وتلفزة ووسائل اعلام تقليدية ينبغي أن يكون مستمراً وفاعلاً.

وأخيراً فإن الأجهزة الاعلامية لن تستطيع العمل على تحقيق التوازن، ومن ثم الوصول إلى الهدف الكبير المتمثل في تعينة الجماهير مالم توظف الموارد الفكرية والمادية التي تمكنتها من العمل الناجح.